

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

O retrato das minorias?

Uma análise do Programa Esquentando como elemento de representação das
diversidades sociais

Juiz de Fora

Fevereiro de 2014

Paulo César Rosa da Silva Junior

O retrato das minorias?

Uma análise do Programa Esquentá como elemento de representação das diversidades sociais

Trabalho de conclusão de curso apresentado como
requisito para obtenção de grau de Bacharel em
Comunicação Social na Faculdade de Comunicação
Social da UFJF

Orientador: Prof. Dr. Bruno Fuser

Juiz de Fora

Fevereiro de 2014

Paulo César Rosa da Silva Junior

O retrato das minorias?

Uma análise do Programa Esquentando como elemento de representação das diversidades sociais

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação Social na Faculdade de Comunicação Social da UFJF

Orientador: Prof. Dr. Bruno Fuser

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado em 05/02/2014 pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Bruno Fuser (UFJF) – Orientador

Prof. Dr^a. Cláudia Regina Lahni (UFJF)- Convidado

Prof. Dr^a. Cláudia de Albuquerque Thomé (UFJF)- Convidado

Conceito obtido _____

Juiz de Fora

Fevereiro de 2014

DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho aos meus pais,
Rosângela e Paulo César, minha vovó, Maria, e
irmã, Daniele, por não medirem esforços à minha
formação pessoal e profissional e por me ensinarem
a respeitar as diversidades sociais e culturais.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me guiado por essa trajetória, colocado em minha vida pessoas essenciais para que eu pudesse concluir uma das etapas mais importantes da vida.

À minha mãe, Rosângela, e ao meu pai, Paulo César, pelo amor incondicional, companheirismo, por terem me ensinado tudo e por me apoiarem em todas as decisões. Obrigado por terem movido o mundo para que eu pudesse obter essa primeira conquista;

À minha vovó, Maria, que é meu porto seguro, meu exemplo, e sempre me abarrotou de mimo e carinho, contribuindo como uma mãe ao meu desenvolvimento;

À minha irmã, Daniele, por ter o maior coração do mundo, me alegrar e me mimar, além de sempre estar ao meu lado e nunca duvidar da minha capacidade;

Aos amigos de infância por torcerem por mim, contribuírem para meus primeiros passos rumo ao sucesso pessoal e profissional e fazerem parte da minha vida até hoje;

Aos amigos que fiz enquanto me preparava para ingressar nessa jornada de quatro anos e aqueles que conheci na Facom, na UFJF e no Critt, proporcionando os melhores anos da minha vida, sem dúvidas. Obrigado pelos ensinamentos, risadas e carinho. Por existirem e se fazerem presentes;

À Letícia Moraes, Monique Tostes, Natália Oliveira e ao Guilherme Miscula, os melhores amigos de turma e vida que eu poderia ter conhecido. Obrigado pelo apoio, companheirismo, amor, torcida e por serem a família que desejo continuar fazendo parte para sempre;

À Facom e aos professores, que tenho certeza que foram os melhores;

Ao professor e orientador Bruno Fuser, obrigado pela primeira e intensa experiência profissional e por ter me auxiliado durante este trabalho. Foi essencial!

Por fim, agradeço ao Critt/UFJF por ter me proporcionado crescimento profissional, completando meu caminho pela Universidade Federal, não deixando que eu estivesse na Facom apenas de passagem.

RESUMO

O trabalho aqui apresentado irá discorrer a respeito da representação das minorias através da televisão aberta brasileira se utilizando dos conceitos de comunicação de massa e de cultura popular. Para o desenvolvimento do pretendido se utilizou o programa dominical de auditório “Esquenta”, da *Rede Globo* de televisão, como objeto de estudo e foram analisados o ritmo, a narrativa e o cenário como categorias que compõem a estrutura do programa. Antes de se chegar a uma conclusão foram discutidos temas como cultura, televisão, programas de auditório e minorias.

Palavras-chave: Minoria. Cultura Popular. Televisão. Programa Esquenta. Rede Globo.

SÚMARIO

1 INTRODUÇÃO	08
2 CULTURA	10
2.1 CULTURA POPULAR E CULTURA DE MASSA.....	11
3 A TELEVISÃO BRASILEIRA	17
3.1 A TV E O PÚBLICO	20
3.2 OS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO.....	24
4 ESTUDO DE CASO – ANÁLISE DO PROGRAMA ESQUENTA	29
4.1 ESQUENTA.....	33
4.1.1 O programa.....	33
4.1.2 A apresentadora.....	35
4.2 O DOMINGO ESQUENTA?.....	38
4.2.1 Ritmo	38
4.2.2 Narrativa	44
4.2.3 Cenário	47
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo analisar a comunicação e as formas de expressão do programa “Esquenta”, da *Rede Globo* de televisão, como instrumento de uma (des)construção cultural das minorias através da representação da periferia. Assim, para compreender como se desenvolve a comunicação nos programas populares e identificar como a tevê produz semelhanças com as minorias, o programa objeto de estudo será desmembrado em categorias consideradas bases para compreensão de um todo. Assim, no capítulo 2, faz-se necessário refletir sobre o tema através de autores que discutem cultura, comunicação de massa e televisão no Brasil, como Muniz Sodré e Jesús Martin-Barbero, sem negligenciar o debate antropológico sobre cultura – que, aqui, será um dos pilares para o desenvolvimento do trabalho – realizado por Marilena Chaui e Roque de Barros Laraia.

A definição de Cultura é múltipla e se torna mais complexa em um país abundante em diversidades sociais e culturais como o Brasil. Cultura é a tradição, tudo o que o indivíduo aprende e transmite. As divergências sociais no que se refere à qualidade e a consideração do que é ou não cultura se dá devido à divisão de classes e a não compreensão do outro; do diferente. Ao utilizar Muniz Sodré como base desta monografia a definição de cultura, aqui, será compreendida também no âmbito econômico, pois será trabalhada sua função em meio às diferenças de classes e à comunicação de mercado, ou seja, a comunicação de massa.

Já no capítulo 3 será discutida a televisão. Um meio massivo que será compreendido em uma era de fácil acesso aos aparelhos transmissores. O que evidencia seu caráter popular. O conteúdo televisivo continua como uma orientação das maneiras de ser e estar. Desta forma, este trabalho estudará a cultura popular e a cultura de massa, e nos próximos capítulos vamos deprender como a comunicação de massa absorveu a cultura popular.

As representações televisivas do popular e das minorias - ou seja, o que alguns consideram como baixa cultura – grotescas ou não – podem ser apresentadas por programas de auditório, modelo que surgiu no princípio da TV e alimentou e provocou a interação entre o público e os produtores de conteúdo. Para se caracterizar como um programa de auditório é necessário a presença de uma platéia; e essa participa, intensamente, do desenvolvimento do programa. Os programas de auditório possibilitam a participação de distintas camadas sociais, logo, o popular se torna uma espécie de produtor e, assim, os programas analisados causam identificação com os telespectadores, pois a platéia participa do programa e, desta forma, o público é representado e se reconhece no grande espelho que é a televisão. Assim, ao representar o popular, o programa oferece ao público a sensação de valorização.

No capítulo 4 será realizado o estudo de caso dos programas de auditório (Esquentas), escolhidos aleatoriamente, com base nas seguintes categorias: ritmo, narrativa e cenário. Tais escolhas são essenciais para uma maior compreensão do objetivo proposto, uma vez que será desempenhada uma análise estrutural se baseando nas mensagens semânticas e estéticas dos programas. Assim, será possível identificar as características frequentes nos programas para, então, expor as formas de comunicação do “Esquentas”.

Depois de descrever a história do programa objeto de estudo e da apresentadora, será realizada a análise da mensagem que o programa pretende transmitir, levando em consideração a relação do público com ritmos musicais predominantes no programa (como o samba e o funk), com o discurso da apresentadora a favor aproximação de classes e com o cenário do programa representando as expressões, estéticas, culturais.

Finalmente no capítulo 5 poderão ser encontradas as conclusões do trabalho, considerando o “Esquentas” um programa que estimula o reconhecimento do público e a união social, no entanto, uma produção que representa as minorias, principalmente a periferia, de forma generalista.

2. CULTURA

Por ser tão complexa a significação de Cultura e por existir várias linhas de raciocínio sobre tal termo, neste capítulo será traçada uma breve definição do conceito de Cultura, assim como de Cultura Popular e Cultura de Massa. Para desenvolver uma consideração sobre Cultura, faz-se necessário o estudo de autores como Marilena Chaui, Muniz Sodré, Roque de Barros Laraia e Jesús Martín-Barbero entre outros que exploraram o conceito.

Estamos em um país multicultural. De Norte a Sul e em todos os cantos do país são encontradas pessoas de diversas raças, etnias, credos e etc. De acordo com Marilena Chaui (1986), o termo cultura era designado para assuntos relativos a cultivo e cuidados. Mas tal expressão veio sofrendo modificações e “a partir do século XVIII, observa Raymond Williams, o termo cultura articula-se, ora positiva ora negativamente, com o termo civilização” (CHAUI, 1986, p. 11).

Seguindo a linha de pesquisa antropológica, a cultura é resultado de agentes externos e nada tem a ver com instinto, que já são agentes biológicos, ou seja, internos. Assim, segundo Laraia (1986) o termo cultura significava, no século referido por Chaui e no começo do próximo, as ações humanas de uma sociedade, enquanto civilização tratava de ações materiais de uma comunidade. Ainda de acordo com Laraia (1986), as definições de cultura e civilização foram resumidas por Edward Tylor (1832-1917) como tudo aquilo que o indivíduo de uma sociedade adquire. Ou seja, Tylor interpretou “cultura como sendo todo o comportamento aprendido, tudo aquilo que independe de uma transmissão genética” (LARAIA, 1986, p. 28).

Cada indivíduo vê e caracteriza as “coisas” de maneiras diferentes. Para cada, um significado díspar. Laraia (1986) exemplifica tal afirmação utilizando como objeto os homossexuais, que há pouco tempo, e ainda hoje, corriam risco de agressões físicas e verbais. Essas atitudes podiam e podem ser presenciadas e representam uma determinada cultura, porém, isso é diferente em uma determinada região dos EUA.

Entre algumas tribos das planícies norte-americanas, o homossexual era visto com um ser dotado de propriedades mágicas, capaz de servir de mediador entre o mundo social e o sobrenatural, e, portanto, respeitado (LARAIA, 1986, p. 68).

Assim, sujeitos de características diferentes carregam consigo peculiaridades de uma cultura e podem, dessa forma, ser identificados.

O modo de ver o mundo, as apreciações de ordem moral e valorativa, os diferentes comportamentos sociais e mesmo as posturas corporais são assim produtos de uma herança cultural, ou seja, o resultado da operação de uma determinada cultura (LARAIA, 1986, p.68)

Todos os seres humanos são dotados das mesmas capacidades e o que os diferenciam são as formas que as utilizam, e, ainda mais, essas maneiras são as peculiaridades culturais que são herdadas socialmente. Laraia (1986) conclui que a cultura é dinâmica e então é necessário entender as diferenças para compreender as mudanças do mundo.

2.1 CULTURA POPULAR E CULTURA DE MASSA

Para Muniz Sodré (1975), durante séculos a definição de cultura foi sofrendo variações de acordo com os períodos, declínios e ascensões de classes. “No século XX, a cultura elevada voltou a fechar-se num certo hermetismo e numa posição que exalta a aristocracia do espírito – como após a Reforma – da vida comum” (SODRÉ, 1975, p.15).

Ainda de acordo com Sodré (1975), foi durante o século XVI que o termo cultura ganhou forma, se tornou notável e diferenciável.

Aquilo que em geral chamamos de ‘cultura’ tem um sentido estritamente sociológico: é o saber das artes e das letras (as Humanidades), legado greco-latino incorporado pelo Ocidente. Esta cultura, de raízes aristocráticas, denominadas por muitos de *superior ou elevada*, tomou vulto a partir do século XVI” (SODRÉ, 1975, p.14-15).

Segundo Sodré (1975), a cultura tem a ver com o sistema de comunicação, que por sua vez é fundamentado no código. E esse código é a aparência e os efeitos causados por ela no indivíduo. A Cultura “passou a ser” cultura de massa devido à passagem da cultura baseada no sistema oral para aquela baseada nos meios de informação. Ou seja, a cultura de massas incorporou a cultura popular e é, então, a cultura formatada pela indústria cultural.

A cultura de massa pode ser a “antiga” cultura popular – isso não quer dizer que a cultura popular acabou –, pois, como dito anteriormente, a cultura popular serve de base para cultura de massa. Na década de 30 se desenvolveu a cultura de massa no Brasil, cresciam as classes médias urbanas e o proletariado. Depois de 1940, com a industrialização brasileira, as classes médias e altas foram beneficiadas, mas “apenas um pequeno segmento da população – cerca de cinco por cento do total – pôde ingressar na chamada era do consumo” (SODRÉ, 1975, p.26). Para Sodré (1975), a contraposição entre – aqui utilizo a denominação de cultura empregada por Sodré – cultura superior e cultura de massa é própria do entendimento burguês de cultura, assim faria mais sentido às classes burguesas, às universidades e órgãos culturais.

A cultura popular foi, em certa medida, absorvida pela cultura de massa; com o capitalismo em alta, os interesses econômicos exacerbados, a cultura popular passou a integrar a cultura de massa. Essa cultura pode ser chamada também como cultura de mercado. A cultura de massa dita moda, gostos, segredos de felicidade, qualidade de vida, etc. e os consumidores são diversos. Costuma-se achar tudo o que é designado por “cultura popular”

ou cultura de massa como uma cultura de pessoas que, de maneira contraditória, não possuem cultura. Seria o mesmo dizer que uma elite possuiu cultura e o povo, a plebe, não.

Esta oposição é basicamente falsa porque o código da cultura de massa (também estético-cognitivo) é ontologicamente o mesmo da cultura elevada, apenas adaptado para o consumo de todas as classes sociais (um público amplo, disperso e heterogêneo). Quando se diversifica por classes, sexos, idades, níveis de instrução, etc. – o público receptor de uma mensagem, esta deve simplificar-se a um denominador comum, para ser entendida por todos. (SODRÉ, 1975, p.16).

A comunicação brasileira, de acordo com a ideia central de Sodré (1975), é voltada para o consumo, para o capitalismo, numa sociedade com desigual distribuição de renda. Para o autor, a cultura de massa tem a necessidade de ser estudada e incluída em um sistema que engloba os interesses dos meios de comunicação, como instigar e incitar o consumismo, trabalhar itens que vão concomitantemente de acordo com os interesses do governo, além de homogeneizar o heterogêneo.

Por trabalhar com interesses, desejos e intenções, a comunicação de massa apropriou-se da cultura oral. Ou seja, retornamos ao item da cultura popular inserida na cultura de massa. Sodré (1975) exemplificou tal fato ao escrever sobre o Carnaval, que “já foi uma expressão espontânea da vontade coletiva de liberar-se, divertindo-se” (SODRÉ, 1975, p.34). O Carnaval seria, portanto, exemplo de cultura popular que a cultura de massa acolheu e incorporou-lhe valores da cultura “atual”, a própria cultura de massa.

Os foliões de rua foram substituídos pelas virtuosos do samba e dos instrumentos de percussão, que logo encontraram um campo de ação profissional em cinema, shows de teatro e televisão. (...) A imprensa e a televisão vigiam de perto o folião e vendem a sua alegria em imagens já estereotipadas (SODRÉ, 1975, p.35).

De acordo com Sodré (1975), a cultura de massa “é o espelho em que a sociedade se olha e se oferece como espetáculo” (SODRÉ, 1975, p.39). Ora, a cultura de massa se apropriou da cultura oral e agora faz uma mediação entre classes. O lugar da cultura de massa brasileira é, de acordo com Sodré (1975), marcado pela importância e direcionamento da tradição popular.

Para Sodré (1990) a comunicação das diversas categorias da sociedade – que ele nomeia como “burguesia, classe média, operários e subempregados” (SODRÉ, 1990, p.27) – por meio da cultura que se pretende alcançar é a “oportunidade para que as classes dirigentes de certo modo ‘corrijam’ um fracasso histórico” (SODRÉ, 1990, p.27).

Isto fora impossível no século XIX, na medida em que a produção e consumo culturais resistiram à sua democratização, por meio de discriminações do tipo erudito/popular, sublime/vulgar etc. Hoje, sem conseguir gerar por si própria valores de legitimação, a estrutura da economia capitalista volta-se para a esfera da cultura como um meio de fornecer aos diversos grupos sociais modelos universais de comportamento, como um meio de organizar as massas (SODRÉ, 1990, p.27).

Se considerarmos que a classe média está cada vez mais representada, ou apresentada, na cultura de massa e a aproximação entre os meios de comunicação e a sociedade – independente da classe – mais interligados, podemos perceber que acontece uma espetacularização da classe média, pois existe um código que comunica todas as classes e, na cultura de massa, coloca a classe média e o popular em evidência para tentar uma homogeneização cultural. Essa representação, muitas vezes considerada grotesca, faz a distinção entre a alta cultura e a cultura de massa. “A ‘estranheza’ que caracteriza o grotesco coloca-o perto do cômico ou do caricatural, mas também do *Kitsch*” (SODRÉ, 1975, p.39) – *kitsch*, aqui, considerado como um trabalho artístico de má qualidade ou mau gosto. De acordo com Sodré (1975), o grotesco, tudo aquilo que podemos identificar como a “coisa” que foge da “normalidade” humana, parece a mais apropriada categoria estética da característica da cultura de massa brasileira.

Marilena Chauí e Laraia, por sua vez, apresentam a discussão em outros termos. De acordo com Laraia (1986), o etnocentrismo – ou seja, o indivíduo que acredita que o seu modo de ser, agir e estar é o naturalmente correto – é o responsável pelos conflitos e divergências sociais. “Comportamentos etnocêntricos resultam também em apreciações negativas dos padrões culturais de povos diferentes. Práticas de outros sistemas culturais são catalogadas como absurdas, deprimentes e imorais” (LARAIA, 1986, p.74).

As culturas – baixa e alta – são da mesma realidade antropológica, mas para que uma exista é necessário contradizer a outra, é preciso uma dialética, uma contradição. Ou seja, uma cultura burguesa, de pessoas de classe alta, pode ser entendida por muitos sujeitos como uma cultura “de boa qualidade”, assim, consideram a cultura da plebe como de má qualidade. A não arte. Num conjunto de classes, por exemplo, para que os ricos existam é necessário existir os não-ricos, caso contrário, talvez, não seria possível uma definição.

A cultura popular é aquela em que denomino aqui como a cultura que podemos ver presente em tradições, em manifestações populares, na oralidade, no folclore, nos hábitos e costumes de cada região. A expressão cultura popular se encaixa, segundo Chaui (1986), nas brechas da Cultura.

O sentido da reflexão desenvolvida, por exemplo, por Barbero (2009), é outro se comparado aos autores aqui utilizados. Para o estudioso que nasceu na Espanha, mas vive na Colômbia desde 1963, o surgimento da cultura de massa vem de muito antes dos séculos 30 e 40, como muitos estudiosos expõem. A industrialização e o crescimento do capitalismo transformaram as relações sociais. Ainda de acordo com Barbero (2009), no século XIX a relação entre massa e sociedade fica conturbada e as massas passam a tirar o encanto da burguesia. Agora, a comunicação, de acordo com Barbero (2009), é categórica e determinante no desenvolvimento do capitalismo. É *transnacional*; vai além das fronteiras.

Hoje, as discussões são relacionadas não mais no campo do pensamento da política, em busca de uma ideologia¹, mas em relação à cultura, apesar da comunicação de massa ter grande importância política. Para Barbero (2009) chegou-se ao fim o tempo em que os indivíduos viviam para a “moral e os bons costumes”, de acordo com as regras dos dominadores, da aristocracia. Agora, existe a sociedade de consumo, onde a TV e os meios de comunicação de massa são quem ditam a moda, por exemplo, e modos básicos de atitude até

¹ Ideologia, de acordo com Marilena Chaui (1984), pode ser considerado um grupo de pensamentos histórico-sociais e políticos que encobrem a real situação de uma sociedade.

os sentimentos mais intrínsecos. A identificação do sujeito com o “drama do reconhecimento” (BARBERO, 2009, p.306).

Do filho pelo pai ou da mãe pelo filho. O que move o enredo é sempre o desconhecimento de uma identidade e a luta contra as injustiças, as aparências, contra tudo o que se oculta e se disfarça: *uma luta por se fazer reconhecer* (BARBERO, 2009, p.306).

Como vimos, a discussão sobre cultura e, especificamente, cultura popular e cultura de massa, traz como pontos centrais, de um lado, a presença da indústria cultural e o consumo, mas também questões como ideologia, costumes, história e identidade.

3. A TELEVISÃO BRASILEIRA

A tevê foi implantada no Brasil em setembro de 1950, com a TV Tupi, por Assis Chateaubriand. Pouco desenvolvida, como costuma ser uma nova tecnologia, era considerada um rádio com imagens. A produção de conteúdos da TV aberta brasileira foi se aperfeiçoando, no que se refere à estrutura, e se desenvolvendo; apesar disso, quando se fala em programação televisiva aberta, ela pode ser considerada de baixa qualidade por alguns estudiosos. Alguns autores defendem a TV brasileira, porém é mais comum encontrarmos estudiosos que a criticam. Para Sodré (1975) a televisão no Brasil é grosseira.

Em todos os países onde a televisão é controlada por fundações ou pelo governo, é razoável o nível de qualidade e de responsabilidade do comunicador televisual. No Brasil, assim como em toda América Latina, é baixíssimo o nível de tevê (SODRÉ, 1975, p.57).

De acordo com Sodré (1975) a TV não transmite com fidelidade os fatos reais e as emissões são junções de pontos de vista do realizador, do produtor e do câmera, pois eles definem o que e como mostrar, de que ângulo, com close ou sem, imagens abertas ou fechadas, e tudo que envolve a transmissão. Para Sodré (1975) a televisão não permite ao telespectador ou telespectadora decidir o que e como quer assistir. “Dessa forma, o veículo impõe ao receptor a sua maneira especialíssima de ver o real”. (SODRÉ, 1975, p.61).

Os conteúdos televisivos referem-se a diferentes aspectos do real histórico ou do “social”: política, economia, moral, segurança pública etc. Elas refletem as representações sociais geradas por instituições vigentes ou pelo senso comum, mas corrigidas por um senso próprio e de tal modo que dificilmente se poderia indicar uma fonte específica de valores (SODRÉ, 1990, p.42).

Os programas de TV tendem a homogeneizar seu conteúdo de forma a atingir todos os públicos; de acordo com Sodré, “a tevê é levada a tratar como homogêneo, fenômenos característicos de apenas alguns setores da sociedade” (SODRÉ, 1975, p.62). Isso

é a base constitutiva das mensagens televisivas, que atinge um público diversificado e faz a TV ganhar audiência. “Quanto mais os signos das mensagens (os elementos culturais de um programa de televisão, por exemplo) forem familiares ao público, por já constarem de seu repertório, maior será o grau de comunicação”. (SODRÉ, 1975, p.63). “A televisão – mantendo-se na estreita dependência dos desejos do público – converte-se num organismo difusor de distorções, estereótipos e preconceitos sociais”. (SODRÉ, 1975, p.70).

Analisando a tevê – e tudo que a envolve – de acordo com os conceitos de cultura discutidos, podemos considerá-la, seguindo o raciocínio de Sodré, como um meio que salienta as injustiças sociais.

Por trás da igualdade ilusória, está a realidade discriminadora. A antena de televisão no barraco de um favelado e a antena numa residência de luxo não são apenas os índices de um mesmo rito de consumo, mas também de uma contradição em processo de aguçamento (SODRÉ, 1975, p.70).

Com a globalização tenta-se padronizar a informação, porém, a “globalização é, portanto, um outro nome para a ‘teledistribuição’ mundial de pessoas e coisas” (SODRÉ, 2002, p.12). Para Sodré (2002) o que a globalização faz é investir muito em novas tecnologias e a informação é apenas um elemento que atenua esses investimentos. Ainda de acordo com Sodré (2002), no mercado a informação passa a ser produto e beneficia uma troca entre regiões. E sobre esse produto

não paira mais o temor – típico dos anos 1960 e 1970 – de destruição da ‘alta cultura’ por uma suposta homogeneização inapelável da ‘cultura de massa’, uma vez que as fronteiras entre ambas se apagam diante da onda planetarista da globalização ou da chamada ‘sociedade da informação’, indiferente a tudo que não seja a velocidade de seu processo distributivo de capitais e mensagens (SODRÉ, 2002, p.12).

A comunicação e a informação foram se desenvolvendo e com os elementos de som e imagem, onde temos a televisão, o “mundo” é representado diante do sujeito receptor. Para Sodré (2002) é

na verdade uma outra modalidade de representação, que supõe um outro espaço-tempo social (imaterialmente ancorado na velocidade do fluxo eletrônico), um novo modo de auto-representação social” (SODRÉ, 2002, p.17).

A televisão e a mídia, no geral, através da linguagem e do seu alcance, são organizadoras e gerenciadoras do conhecimento do grande público. “Na verdade, há muito tempo se sabe que a linguagem não é apenas designativa, mas principalmente produtora de realidade” (SODRÉ, 2002, p.26). Também segundo Sodré (2002) a mídia influencia, se insere e media, ou toma parte voluntariamente, das relações interpessoais e do pensamento de cada indivíduo, para, assim, “requalificar a vida social, desde o costume e atitudes até crenças religiosas, em função da tecnologia e do mercado” (SODRÉ, 2002, p.26). Assim, a mídia televisiva atua fortemente na consciência dos indivíduos que compõe a sociedade.

A cultura tem sido frequentemente representada pelo conteúdo televisivo. A televisão no Brasil, nos seus primórdios, ainda era um bem elitizado. Os equipamentos eram caros e a produção de conteúdo voltada para classe alta e sem interatividade. No seu surgimento a TV apenas reproduzia os programas de rádio, e aqueles que possuíam acesso a um televisor se encantavam com a imagem. Deslumbravam-se pelo ver, assistir, além de ouvir. Hoje a TV está acessível: 97% da população brasileira, em 2013, possuía televisores em casa, enquanto em 1970, essa média era de apenas 24%. Comparando regionalmente, o sudeste é a região do Brasil onde se concentra o maior número de televisores, com 98,3% de posse, já na região norte estão os menores números, com 91,4%². A televisão foi evoluindo e sua produção consegue se comunicar com os telespectadores, como ao contrário. Apesar de toda a tecnologia a favor de outros meios de comunicação, é, ainda, a televisão e sua

² Dados retirados do portal Mídia Dados Brasil 2013 < <https://mdb2013.bbi.net.br/> > Acesso em: 27/12/13.

programação o maior meio de informação e entretenimento; a *Rede Globo* (emissora do programa “Esquenta”), por exemplo, atinge 99,51% da população brasileira³.

Hoje, o que mudou, de acordo com pesquisa⁴ do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – IBOPE –, foram às formas de consumo dos meios de informação tradicionais (rádio, TV, jornal, revista), e não a extinção dos mesmos, pois muitas pessoas utilizam a internet e as novas tecnologias concomitantemente com a TV, por exemplo, e ainda comentam a programação televisiva.

O conteúdo midiático – tanto na mídia tradicional quanto nas redes ciberculturais, na hipermídia – apresenta-se como um fluxo heterogêneo, senão estilhaçado, de dados significativos da existência, mas sempre sob modalidades de discurso afins ou compatíveis com microuniversos da eticidade cotidiana. Na mídia tradicional, a afinidade tende a ser regida em última instância pelo mercado (em inovação), mas entra também em cena um sem-número de variáveis, que obrigam a levar em conta uma difusa demanda simbólica das classes economicamente subalternas e que ensejam negociações político-discursivas entre os dispositivos tecnoculturais e o público (SODRÉ, 2002, p.55).

É complicado falar de televisão sem falar do público, e aqui é ele quem nos interessa, pois a mídia não é singular e unidirecional. Dominique Wolton (1996) e Muniz Sodré (1990) são autores que trataram bem desta relação.

3.1 A TV E O PÚBLICO

Muniz Sodré (1975) estuda o caricato, o ridículo, os motivos e as formas de representação do grotesco na televisão. Ou seja, a TV como um verdadeiro show de

³ Dados da página Comercial, da Rede Globo, hospedada no endereço <<http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Totalizador.aspx>>. Acesso em: 24/12/13.

⁴ Dados da IBOPE hospedados no endereço <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/Infograficos/Paginas/Um-novo-cenario-para-o-consumo-de-midia.aspx>>. Acesso em: 24/12/13.

sensacionalismo e vulgaridade e, também, a inclinação da massa por aquilo que foge, destoa, do natural.

A necessidade de comunicação entre a televisão e o público é discutida por Sodré (1990), pois na época da interatividade o que as pessoas desejam   ver e serem vistas. O autor coloca em questão o descontentamento do público em rela o ao conteúdo da televisão. Então, Sodré (1990) se baseia na lenda de Narciso⁵ para exemplificar e estudar a rela o do homem e a televisão no Brasil, ou seja, “a irreversível fascina o de ‘ver-se’   antiquíssima. E mitológica, como atesta o paradigma lendário de Narciso” (SODRÉ, 1990, p. 10).

Muniz Sodré (1990) também se baseia nos simulacros, na simula o, cópia imperfeita, assim, o olho   um fator importante para observar essa “duplica o do real”. De acordo com o autor, a TV leva a simula o do mundo para casa das pessoas, mas essas não vivem a experiência. Portanto, o conteúdo televisivo, segundo Sodré (1990), causa a morte da realidade, assim como a lenda de Narciso.

Ao simular o mundo, conferindo aos simulacros uma independência crescente, a televisão acena com a morte das referências clássicas do real, dos modelos de representa o, onde ainda poderia se pretender uma equivalência entre signo e real. Mas, para legitimar a sua opera o e aplacar prováveis angústias, ela se obriga ao máximo de realismo ao nível de seus conteúdos (SODRÉ, 1990, p.41).

Os conteúdos televisivos são filtrados. Existe uma representa o do real levando em conta os valores econ micos, políticos e mercadológicos. De acordo com Sodré (1990) a TV   como a vitrine de uma loja que produz grande impressão, exhibe e faz o seu próprio lugar e período de acordo com o que pretende.

⁵ Uma das lendas de Narciso, na qual Sodré se baseia,   aquela que na antiguidade dos gregos nasceu um menino muito bonito, e sua mãe, a n fa Lir ope, apreensiva pelo futuro do garoto, procurou um adivinho, chamado Tirésias. Ele disse a Lir ope que Narciso teria uma vida longa se nunca se visse. Passado o tempo, a n fa se esqueceu da profecia e Narciso cresceu exuberante. Todas as mulheres se apaixonavam por Narciso, mas ele sempre as tratou com indiferença e não se preocupou com as paixões que despertava e não eram correspondidas. As moças queriam vingança e transmitiram a Narciso as férias de N mesis (nasceu na família da maioria dos deuses trevosos, vivia no monte Olimpo, mas era a imagem da vingança divina). Narciso, cansado de sua jornada, se debruçou em uma fonte para que pudesse matar a sede, então viu seu rosto ser refletido e imediatamente apaixonou-se. Assim, Narciso esqueceu o mundo e se deixou morrer.

Dona de um espaço e tempo próprios, ela [televisão] justapõe períodos históricos, civilizações, costumes, saberes, regiões geográficas, mas (...) sempre sublinhando a superioridade civilizatória da forma de apresentação dessas diferenças, ou seja, a forma pedagogicamente *indiferente* da tecnologia televisiva (SODRÉ, 1990, p.42).

A TV busca alcançar o máximo de indivíduos através da imagem, assim ela, como mediadora, envia mensagens aos espectadores de forma a atingir um senso comum e instaurar padrões aceitáveis pela sociedade. A imagem televisiva cria “identidades sociais harmônicas” (SODRÉ, 1990, p.43). De acordo com Sodré (1990) a TV é capaz, de depois de identificada às necessidades sociais, através da imagem, trabalhar contextos que criam no telespectador sensações de “solução”. Ou seja, a imagem televisiva simula intrinsecamente modelos sociais e interfere nos modos de ser e agir dos sujeitos que compõem a sociedade.

Os conteúdos culturais televisivos – aparentemente traduzindo as questões coletivas de um grupo, para além das divisões de classe – aprofundam politicamente as linhas ideológicas tradicionais desejáveis (individualismo, familiarização etc) e inculcam valores de mudança (hedonismo, desrepressão, modernização etc.) necessários à expansão do consumo. (...) Ao mesmo tempo, a forma televisiva administra o espaço social, procurando dissolver os antigos laços comunitários, serializando os consumidores, homogeneizando a cultura. (SODRÉ, 1990, p.45).

Assim, a TV tem a predisposição de “gerenciar” a sociedade e suas relações, porém não é a única a influenciar as massas, então, segundo Sodré (1990) esse poder de controle fica contrabalanceado quando outras instituições da sociedade, como família, por exemplo, desde que ativas, operam no âmbito social. Às vezes os telespectadores são mais influenciados por outros meios do que pela TV. “As análises empíricas realizadas pela sociologia de campo sempre apontam para o erro de se considerar a massa um pólo passivo com relação aos conteúdos da indústria cultural” (SODRÉ, 1990, p.46).

Os indivíduos que compõem a sociedade, enquanto considerados como sujeitos influenciáveis, se identificam com a “realidade” imagética e constroem identidades a partir de imagens televisivas com a qual o sujeito se reconhece ou gostaria de ser reconhecido.

Assim como o indivíduo identifica-se com sua imagem especular (mito de Narciso), é também suscetível de se identificar (horizontalmente) com o semelhante a si no “espelho” televisivo. Mais ainda: identificar-se (verticalmente) com ideias e modelos (SODRÉ, 1990, p.51).

Ora, a TV, então, pode não produzir ou reproduzir uma realidade, mas é a realidade que age sobre “a mídia”. Os sujeitos são consumidores e produtores de conteúdos, uma vez que se identificam com a imagem e são, eles, a própria imagem refletida. Mesmo que por construção identitária. Para Sodré (1990) os meios de comunicação simbolizam domínio e os sujeitos se identificam com as diversas produções. E ainda mais, considerando a TV propriamente narcísica e os telespectadores narcisos, e que “todo narcisismo é fascinante” (SODRÉ, 1990, p.60), as simulações produzidas pela televisão provocam pretensões nos sujeitos. De acordo com Sodré (1990) são produções imaginárias de personalidade; ideais do eu. Ainda para Sodré (1990) a televisão na qual o sujeito se vê ou se imagina está pronta para ditar os padrões de comportamento e construir identidades para que os telespectadores se identifiquem e se encontrem como pertencentes da sociedade.

Eugênio Bucci (2000) também discute o meio televisivo, destacando que a televisão está em todos os lugares e ela, talvez, é o meio que mais guia as pessoas. Ainda a respeito da televisão, sua produção e seus efeitos, Dominique Wolton (1996), menos apocalíptico que Sodré, argumenta e contesta muitos estudiosos que criticam a TV aberta; ele defende esse meio de comunicação, que, para o autor, faz um vínculo entre as diversas classes da sociedade e ajuda a desenvolver identidade. Para Dominique Wolton “o Brasil é uma das sociedades mais complexas, ricas, dinâmicas e inovadoras do mundo, e a sua televisão reflete isso” (WOLTON, 1996, p.8).

De acordo com Wolton (1996), a televisão ainda é vista como um meio desprovido de crítica por parte dos telespectadores. O autor contrapõe a TV pública, subordinada ou dependente da política, e a TV privada, muito elogiada por intelectuais que criticam a pública. Para Wolton (1996), a televisão está ligada a, e pressionada por, forças econômicas, tecnológicas e consumistas e isso se coliga diretamente com o público.

Se o público assiste a maus programas não é tanto porque gosta deles, e sim porque eles lhes são oferecidos. Os maus programas dizem menos sobre o público do que sobre a representação que se fazem aqueles que o produzem e difundem. Em resumo, digam-me quais os programas assistidos e eu lhes direi qual a concepção de público que existe na cabeça dos que o produziram. (WOLTON, 1996, p. 15)

O produto da televisão é uma gama de programações distribuídas em vários canais. De acordo com Dominique Wolton (1996), na maioria das vezes, a mensagem difundida pela televisão abstrai o poder crítico dos telespectadores e implanta sistemas de ideias. Porém, poderia ser utilizada de uma maneira positiva se disseminasse informação, cultura e política. Ora, tanto se fala da alienação do telespectador, mas Wolton (1996) acredita que “essa ausência de senso crítico e autonomia atribuída ao status de espectador poderia voltar-se perfeitamente também contra o status de cidadão!” (WOLTON, 1996, p.58). Na sua série de estudos, se o cidadão é capaz de votar e tomar decisões políticas e que modifiquem sua vida, ele também é capaz de julgar, entender e questionar a televisão. Ou seja, criticá-la.

A massa é diversa assim como os produtores da televisão são diferentes, pensam e agem de maneiras distintas. Logo, Wolton (1996) afirma que a emissão e a recepção de conteúdo se chocam tornando a televisão um meio difícil de ser analisado. Portanto, para Wolton (1996), apesar de todos assistirem a mesma imagem, ela não é vista por todos da mesma maneira.

3.2 OS PROGRAMAS DE AUDITÓRIO

Falar da TV brasileira, suas produções e seus efeitos, sem falar em programas de auditório, seria o mesmo que não citar a televisão. Os programas de auditório são constantes

na programação brasileira desde o surgimento da TV, quando era uma “extensão do rádio”. “A gênese dos Programas de Auditório de televisão está no rádio, cujo formato, importado dos Estados Unidos, abre espaço para a participação dos populares no novo meio de comunicação” (TORRES, 2004, p.12). A compatibilidade entre o público e o programa causa uma identificação e uma maior participação do espectador e do telespectador. O programa de auditório “é o único gênero, hoje, na TV brasileira, além das novelas, que envolve um processo de produção e consumo cultural cuja tradição comunicativa se estende desde os primórdios da rádio no país” (MICELI, 1982, p.17).

Para Sérgio Miceli (1982) a aproximação entre o apresentador do programa e o telespectador é realizada através do público, do auditório, presente no programa de TV; isso que o define como programa de auditório. A presença desse público permite diretamente uma comunicação do programa com os telespectadores. Assim, os programas de auditório conseguem satisfazer os desejos do receptor como se os conhecessem. O auditório de um programa funciona como um sistema de representação.

Hoje existem diversos programas de auditório, como o Programa Silvio Santos (SBT), com o apresentador de mesmo nome, e mais de 40 anos de interação com o público⁶, e só na *Rede Globo* são cerca de dez programas de auditório, entre fixos e temporários, como Caldeirão do Huck, Amor & Sexo, Domingão do Faustão, TV Xuxa e Esquenta, objeto de estudo do presente trabalho. Referência em programas que permitem interação com público, os programas do apresentador Chacrinha, sucesso da TV dos anos 50 aos 80, despertou críticas e lançou quadros de calouros onde diversos cantores atuais foram lançados, como Roberto Carlos.

⁶ Dado retirado do site do Programa Silvio Santos <<http://www.sbt.com.br/programasilviosantos/programa/>> Acesso em: 26/12/2013

“O Chacrinha nos oferece um grotesco com função social. Suas incursões pelo irreal, sua construção de um pequeno mundo exagerado em gestos e trejeito, sua provocação do risível pela irrisão, devolvem ao espectador brasileiro a figura, há muito perdida, do palhaço” (SODRÉ, 1975, p80).

Ainda sobre os programas de auditório é impossível não citar o programa Hebe, da apresentadora Hebe Camargo, que ficou no ar por décadas, e em várias emissoras (Band, SBT e Rede TV) nos horários “nobres” e de acordo com Miceli (1982) se apoiando no carisma da apresentadora, considerada Rainha da TV brasileira. A identificação do público com um apresentador é essencial, necessário, à audiência. “Portanto, a continuidade dos estereótipos em que se alicerça a figura pública da animadora, deve responder às demandas simbólicas de alguma classe ou de alguns setores de classe que compõem seu público” (MICELI, 1982, p.17). Os programas de auditório, de acordo com Carmen Ligia Torres (2004), é um exemplo básico do “acordo”, discussão e relação entre as classes.

Assim, a identificação do público com os programas televisivos de auditório, as representações e detalhes estéticos de conteúdo, cenário, música e linguagem, que caracterizam um programa do gênero auditório, é tamanha que a televisão, para Sodré (2002), é uma mistura, uma composição, e não faz nada sozinha. Ou seja, apesar de todos os elementos, precisa do telespectador.

Não basta, por exemplo, a visibilidade pura e simples de um indivíduo na mídia – a excessiva exposição de sua imagem na tevê ou nos jornais. É preciso que se apele para todo um arsenal de identificações entre a imagem e a audiência, a fim de se obter efeitos, não mais apenas projetivos, como no caso do entretenimento clássico, e sim de reconhecimento narcísico de si mesmo no ‘espelho’ tecnocultural (SODRÉ, 2002, p.34).

Os programas de auditório que existem na TV aberta são de formatos diversos. A identificação do telespectador e participação do público pode vir por qualquer elemento. Os programas geralmente contam com *talk show*, uma platéia, que dependendo do cenário e das intenções do programa, possui disposições diferenciadas de um programa para outro, conteúdo e ambiente que aproximam cada vez mais o popular e a programação. Então, para

Carmen Ligia, a presença do popular na televisão brasileira causa uma identificação dos sujeitos e uma sensação de participação nas minorias, “valorizando tudo aquilo que faz parte de seu mundo excluído na sociedade moderna capitalista: a linguagem, a estética, os assuntos de interesse, as carências sociais, sua ética, sua solidariedade” (TORRES, 2004, p.14).

Logo, os aspectos dos programas de auditório refletem o popular, onde acontece o reconhecimento das minorias. “Desde as carências sociais, ao desamparo de uma camada social excluída, passando pela estética, pela esperança de reconhecimento social, tudo leva a um forte sentimento de pertencimento” (TORRES, 2004, p.2). Outro conceito de minorias, que será também utilizado neste trabalho, é o de Muniz Sodré, quando discute cultura das minorias. Para Sodré (2005) minorias, partindo do início de um raciocínio, é, logicamente, o contrário de maioria no que se refere ao ponto de vista quantitativo. Porém, o conceito de minorias, para o presente trabalho, é algo extremamente qualitativo, podendo ser a minoria muito maior que a maioria. Sodré (2005) define a noção contemporânea de minorias como:

possibilidade de terem voz ativa ou intervirem nas instâncias decisórias do Poder aqueles setores sociais ou frações de classe comprometidas com as diversas modalidades de luta assumidas pela questão social. Por isso, são considerados minorias os negros, os homossexuais, as mulheres, os povos indígenas, os ambientalistas, os antineoliberalistas, etc. (SODRÉ,2005,p.1)

Para explicar a distinção de minoria e maioria no que se refere ao poder da voz, Sodré (2005) busca na compreensão alemã a distinção de maioridade e menoridade, pois a criança não tem direito a fala, enquanto o adulto possui pleno acesso. Ou seja, a minoria sem voz e a maioria com a fala. Mais relacionado ao conceito de minoria quando aplicado à mídia, Barbalho (2004) discute a questão do direito de participação do cidadão, o direito de ter voz.

Afinal, é a mídia que nos dias de hoje detém o maior poder de dar a voz, de fazer existir socialmente o discurso. Então, ocupá-lo torna-se um papel primordial das políticas das diferenças dando vazão à luta das minorias no que ela tem de mais radical (no sentido de raiz): poder falar e ser escutada (BARBALHO, 2004, p.4)

Retomando ao conceito de Sodré (2005) – que não se contrapõe ao de Barbalho – sobre minorias, no que se refere ao espaço que as minorias ocupam, ao lugar – não como espaço físico, mas uma “configuração de pontos ou de forças, é um campo de fluxos que polariza as diferenças e orienta as identificações” (SODRÉ, 2005, p.1) –, elas não podem ser definidas como “uma fusão gregária mobilizadora, como a massa, a multidão ou ainda um grupo” (SODRÉ, 2005, p.1), logo, minoria é “um lugar onde se animam os fluxos de transformação de uma identidade ou de uma relação de poder. Implica uma tomada de posição grupal no interior de uma dinâmica conflitual” (SODRÉ, 2005, p.1).

Como observamos neste capítulo, a televisão brasileira começou nos moldes do rádio e nos modelos americanos de programação. Com a diversidade cultural do país, a as lutas de classes e o desenvolvimento tecnológico e econômico a TV foi se transformando e deixou de pertencer apenas à elite brasileira. A massificação do tratado veículo midiático foi discutida por alguns autores (uns defendem a TV brasileira outros criticam, assim como acontece com o público), além de apresentar questões como as minorias e a aproximação e identificação do sujeito com a programação televisiva, aberta, brasileira.

4. ESTUDO DE CASO – ANÁLISE DO PROGRAMA ESQUENTA

A pesquisa que aqui se apresenta é sobre a cultura e comunicação popular, as minorias e a televisão no Brasil e acompanhou a realidade brasileira com foco no programa de auditório dominical, da *Rede Globo*, “Esquenta”.

Procurou-se discutir como é feita a representação das minorias no programa “Esquenta”. Para tal finalidade foram analisados como amostra quatro programas (dos dias 05 e 19 de maio, 07 de julho e 27 de outubro de 2013), escolhidos aleatoriamente, que foram exibidos durante a temporada de 2013, depois que o Esquenta entrou para grade fixa da Rede Globo (2012 e 2013).

O exame qualitativo realizado através de um estudo de caso, para um amplo conhecimento, foi desenvolvido através de uma análise estrutural, com base em Kientz (1973).

Através do procedimento histórico, estudo de caso e da documentação indireta – pesquisa bibliográfica – onde, de acordo com Markoni e Lakatos (2010) o material fonte coletado traz conhecimento carregado de experiência sobre aquilo que se trata e evita tarefas desnecessárias, além de levar a outras fontes e questões – realizou-se a coleta de dados para concretização de uma análise estrutural da mensagem, que realça a mensagem literal (descritiva) e a simbólica, ou seja, conotação e denotação, segundo Kientz (1973), além de se basear nos meios bibliográficos que envolvem livros, artigos e publicações relativas ao tema que embasam a proposta. Assim, a metodologia de análise estrutural que foi utilizada seguiu a categoria semântica e estética para que fosse possível analisar a narrativa e as imagens do programa “Esquenta” e então perceber como é realizada a representação das minorias no programa global.

As mensagens semânticas são aquelas passíveis de significações absolutas, mais objetivas, com poucas chances de erro. São completamente traduzíveis, de acordo com Kientz (1973). Ainda segundo o autor, não se pode dizer o mesmo das mensagens estéticas, pois ao serem traduzidas podem gerar interpretações que não condizem com a realidade e perdem sua essência, ou seja, é flexível. Para Albert Kientz (1973) a inferência semântica é diferente da estética, pois a primeira seria traduzível e a segunda não. Mas, os objetos que se submetem a interpretações diversas através de suas linguagens conseguem ser passíveis de análise semântica e estética.

De fato, as mensagens de conteúdo puramente semântico e puramente estético, constituem os limites, os pólos dialéticos. Toda e qualquer mensagem real comporta sempre, intimamente misturadas, uma certa proporção de informações semânticas e estéticas. (MOLES apud KIENTZ, 1973, p.34).

Então, para Kientz (1973) as informações estéticas e semânticas estão relacionadas com a liberdade do código empregado por elas. Uma mensagem deveria ser contrária a outra, ou seja, uma informação abundante semanticamente seria esteticamente precária assim como ao contrário. Mas, ao utilizarem mensagens diferentes que se unem constituem o que Kientz (1976) chama de mensagens múltiplas. “A mensagem cinematográfica e a mensagem televisual constituem exemplos típicos de mensagens múltiplas (audiovisuais), utilizando canais distintos” (KIENTZ, 1976, p.37).

Assim, considerou-se o Esquenta, objeto de estudo, como uma mensagem múltipla, audiovisual, que reúne as informações que podem sofrer consequências de significações semânticas e estéticas.

Toda análise passa por etapas de descrição, deduções lógicas e interpretações, assim, em relação aos meios de comunicação de massa, meio onde se insere o objeto de estudo, de acordo com Kientz (1976) as pesquisas em relação ao habitual – mensagem, emissor, receptor – foram deixando de ser constantes e deram lugar a pesquisas sobre os

meios massivos, “os métodos que utilizam para o condicionamento das mensagens que difundem, seu tipo particular de escritura, as funções que assumem” (KIENZT, 1976, p.52).

Portanto, com fins explicativos e para uma maior compreensão, o programa classificado como de auditório teve os seus elementos – que integram o gênero entretenimento/variedades – desmembrados em categorias como a música predominante no programa, a linguagem explorada, o figurino utilizado pelos participantes, os convidados, as entrevistas, os quadros, a participação do auditório e o cenário, uma vez que todos esses elementos estão interligados. Então, separados e analisados de acordo com o referencial teórico explorado os elementos foram reagrupados e analisados em três categorias que considerei as mais relevantes: ritmo, narrativa e cenário, pois essas categorias englobam todas as outras citadas e permitem chegar ao objetivo proposto. Assim, com foco na mensagem e não mais, apenas e exclusivamente, nas causas e efeitos realizou-se uma análise estrutural, onde se pretendeu desvendar e expor o que estava intimamente ligado a mensagem. “A análise estrutural vai identificar, sob a diversidade dos conteúdos particulares, as características constantes para fazer surgir a estrutura que as especifica” (KIENZT, 1976, p.54). Deste modo, foi observado nos programas o conjunto, ou seja, os elementos que compõem e constroem o Esquenta para que seja possível chegar ao pretendido.

No que se refere ao emissor, Pool *apud* Kientz (1976) afirma que a comunicação é representacional, por ter caráter individualmente original, e instrumental, pois influencia o receptor. “A análise das mensagens que são difundidas pelos media permite, entretanto, apurar com exatidão as atitudes, as tendências e, em última análise, o espírito que caracteriza o jornal, a emissora de rádio ou a rede de televisão” (KIENZT, 1976, p.54). Já em relação ao receptor, sua identificação com o conteúdo dos media não é tanto pela influência do emissor, mas pelo próprio reconhecimento.

Os receptores escolhem [...] os conteúdos que lhes agradam, aqueles com quem sentem afinidades, criando-se assim, pelo jogo da oferta e da procura, um ajustamento dos conteúdos às suas expectativas (KIENZT, 1976, p.62).

Agora em relação ao media é apresentado uma análise que de acordo com Kientz (1976) pode-se chegar a pressuposições das funções assumidas pelo media. Ou seja, não seria a análise da produção da mensagem, mas sim da transmissão da mesma. Assim, os três modelos de pesquisa – em direção ao emissor, ao receptor e ao media – se aplicam ao objetivo do presente trabalho, pois para entender o objeto é preciso compreender o universo, porém, a pesquisa na direção do emissor e dos media se faz mais plausível e se destaca em relação a do receptor por ir diretamente ao encontro do objetivo. Ou seja, analisa-se a construção da mensagem.

As mensagens da comunicação de massa, secreções do corpo social, permitiriam formular inferências sobre a cultura que as produz. Por intermédio dos veículos de comunicação de massa, a análise de conteúdo converte-se em radioscopia social, em cultur análise. [...] Se as mensagens dos media permitem uma “culturanálise”, é porque elas são, simultaneamente, o espelho onde se reflete a cultura de um país e de uma época, e o cadinho, a matriz onde essa mesma cultura se forma e se transforma (KIENZT, 1976, p.115-116).

Para Laurence Bardin (2011) o analista ao coletar os dados e tratá-los faz inferências para se chegar a conclusões lógicas e entender como se chegou a tal conclusão ou que efeitos elas causam. Assim, tratamos aqui de um método hipotético-dedutivo que se desenvolve a partir de inferências.

Para análise do programa objeto de estudo também foram considerados artigos acadêmicos e publicações como a de Inaira Campos e Thiago Ansel, hospedado no portal Observatório da Imprensa, que contrapõem opiniões de pesquisadores do programa Esquentando e da periferia. Assim, fazem uma breve análise das intenções do programa global, considerando-o uma mistura de (in)formação, estigma e entretenimento ao utilizar modos e ações de pessoas da periferia. Também foi um importante documento, sem caráter teórico-

acadêmico, a publicação do jornalista Marcos Sacramento, no Diário do Centro do Mundo, na qual enfatiza a ideia de que o Esquentá é um programa que reforça estereótipos.

4.1 ESQUENTA

O Esquentá é um programa de auditório (no que se refere ao formato) da *Rede Globo*, e de variedades – entretenimento – (no que se refere ao gênero), apresentado por Regina Casé e que foi ao ar, aos domingos, desde o dia 02 de janeiro de 2011. Inicialmente, era para ser um programa de temporadas de verão, e o foi no período de 02/01 a 27/03 de 2011 e 11/12/2011 a 01/04/2012. A partir de dezembro de 2012 o programa passou, então, a fazer parte da programação fixa da emissora.

4.1.1 O programa⁷

O programa não tinha horário de duração como geralmente acontece com programas veiculados na mídia. A permanência do “Esquentá” no ar transcorria de acordo com a quantidade de conteúdo que surgia. Assim, segundo informações retiradas do site Memória Globo, por conta da ausência de tempo fixo de duração aconteceram algumas situações inusitadas e concursos com a participação da platéia. Regina Casé contou em

⁷ Para construção dos itens 4.1.1 e 4.1.2 as informações foram obtidas diretamente do site Memória Globo.

entrevista que imitaram os programas Samba de Primeira (CNT), Almoço com as Estrelas (TV Tupi) e o programa do Chacrinha (TV Globo), que foram suas inspirações.

A música, a culinária, o humor e personagens diferentes faziam parte do programa e essas categorias seguem até os últimos programas. Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy são artistas que fazem parte do programa desde seu surgimento. Sambistas, comandam a trilha sonora do programa. Apesar do foco no samba, o programa conta com participação de atrações diferentes, de vários ritmos, como funk, forró e MPB.

Os bailarinos são diferentes dos programas convencionais. Muito mais participativos e não “profissionais”. Crianças, jovens e adultos compõem o corpo de balé do programa. O Bonde da Madrugada, grupo de dança do Cantagalo (RJ), faz “passinhos” de funk no começo e durante os programas.

Nas primeiras temporadas alguns “quadros” eram fixos. Sempre tinha, e ainda seguem esta linha, por exemplo, participação de humoristas, jogadores de futebol ou algum praticante de esporte (afinal, domingo é dia de esporte na Globo), participação de alguém que cozinhe e atores que estavam em evidência para discutir assuntos de interesse social tratados, na maior parte das vezes, em novelas.

Na segunda temporada do programa surgiu o quadro “Calourão”, que existe até hoje. É uma parte do programa onde integrantes do auditório fazem alguma atividade e depois são julgados pelos jurados participantes do programa. Outro ponto de importante destaque do programa é a “Biblioteca do Esquenta”, que também surgiu na segunda temporada. Nessa parte do programa, a apresentadora pede aos convidados que doem um livro e então os livros são adicionados à Biblioteca itinerante, pois, de acordo com a apresentadora, a biblioteca vai passar por lugares onde as pessoas não possuem acesso ou não possuem condições de acessar esses bens.

O cenário do programa é outro destaque. Diferente do convencional, onde as pessoas ficam em assentos estilo arquibancadas em torno do palco, ou à frente do apresentador. De acordo com o site Memória Globo o estúdio no Projac era utilizado por inteiro pelo programa. O cenário, produzido por Gringo Garcia, e a platéia podiam ser vistos de diferentes ângulos.

O cenário era composto por figuras geométricas em cores vivas e dividia o estúdio com uma arquibancada em forma de arena para 400 pessoas. Rampas e palcos em diversos níveis facilitavam a interação entre Regina Casé e seus convidados. Um desses palcos era destinado a roda de samba liderada por Arlindo Cruz e Leandro Sapucahy, em outro ficava a cozinha e em um plano inferior, um palco para shows onde as atrações musicais se apresentavam (MEMÓRIA..., 2014)

Além disso, o programa sempre contou com um espaço, na parte superior, reservado aos garis do Rio de Janeiro. Com o desenvolvimento do programa, atualmente o “Esquenta” conta com uma piscina, simbolizando as lajes cariocas, e o cenário sofre algumas modificações dependendo do tema abordado no programa dominical.

Os programas apresentam um tema central e as discussões partem do ponto específico. Assim, dependendo do tema, convidados diferentes participam a cada domingo, além dos habituais que compõem a roda de samba, o humor e o balé. O programa continuamente conta com algum especialista sobre o tema relacionado.

Com um formato novo e atrações musicais, o programa combina outras experiências da apresentadora na televisão, trazendo convidados de diversos lugares com diferentes costumes, histórias do público com peculiaridades do cotidiano de pessoas comuns e quadros de humor (MEMÓRIA..., 2014)

4.1.2 A apresentadora

Regina Maria Barreto Casé, apresentadora do programa Esquenta, pode ser considerada, através de sua trajetória, um ícone do popular. Carioca nascida em 1954 é filha do ator e diretor de TV Geraldo Casé. Ou seja, nasceu imersa na comunicação.

Atriz, Regina Casé participou de programas de humor, novelas, cinemas e peças de teatro. Quanto tinha seus 20 anos de idade, Regina Casé “fundou com Hamilton Vaz Pereira, Jorge Alberto Soares, Luiz Arthur Peixoto e Daniel Dantas o grupo teatral Asdrúbal Trouxe o Trombone, que movimentou o cenário cultural carioca na década de 1970” (MEMÓRIA...,2014)

Regina Casé e Luiz Fernando Guimarães em 1991 estavam à frente do Programa Legal. O programa era idealização da própria apresentadora e do antropólogo Hermano Vianna, e era uma mistura de documentário, ficção e humor, chegando a ganhar o prêmio da Associação Paulista de Críticos de Arte (APCA) na categoria Humor. O programa, apesar do sucesso, chegou ao fim no mesmo ano.

Em 1992 a apresentadora do atual Esquenta chegou a ganhar o Troféu Imprensa como melhor comediante do ano. De 1995 a 1998 Regina Casé viajava pelo Brasil para realizar o programa Brasil Legal. O programa era parecido com um documentário, que ia ao ar toda semana. Com o fim do programa, Regina Casé passou a apresentar o Muvuca: um programa que “misturava talk-show e reportagens especiais, unindo pessoas de diferentes universos. Famosos e anônimos eram convidados a participarem juntos do mesmo programa” (MEMÓRIA...,2014). O Muvuca não tinha tema pré-estabelecido e nem roteiro fixo. Tudo variava.

Regina Casé sempre fez sucesso pelas características marcantes. Engraçada, espontânea e desligada de padrões de comportamento e formalidades, a apresentadora se “junta” ao público. Ligada ao popular, a filha de Geraldo Casé foi, em 2002, autora e diretora do episódio Uólce e João Victor que originou o seriado Cidade dos Homens. O que pode ser um exemplo da ligação da apresentadora do Esquenta com as minorias, pois o seriado era interpretado por Darlan Cunha e Douglas Silva (integrante do elenco do Esquenta), no papel

de Laranjinha e Acerola, o Cidade dos Homens exibia o dia-a-dia de dois jovens de uma favela carioca.

Central da Periferia foi um programa de auditório do ano de 2006, no qual Regina Casé apresentou, “voltado exclusivamente para a produção cultural das regiões menos favorecidas do país” (MEMÓRIA...,2014)

Pela trajetória de Regina Casé sempre agregada a temas populares, minorias e periferia, sua imagem sempre foi vislumbrada como a representação das minorias, dos menos favorecidos, dos “sem voz”. Para tentar aproximar as classes sociais e estabelecer uma comunicação entre as diversas camadas da sociedade, Regina Casé, em entrevista a revista Raça Brasil, do portal Uol, disse que trabalha há anos “para que possa haver de fato conhecimento e interesse mútuos entre o Brasil que come e o Brasil que tem fome” (REGINA..., 2013) Ainda de acordo com a entrevista, Regina Casé afirmou que não quer mostrar a periferia só para quem faz parte dela, mas porque é justamente contra o gueto. “Eu quero abrir avenidas por dentro da periferia para que a periferia possa tomar conta da cidade e a cidade possa entrar na periferia”, disse a apresentadora durante a entrevista⁸.

4.2 O DOMINGO ESQUENTA?

O programa referido da *Rede Globo* representa, ou tenta representar, a cultura popular e as diversidades sociais e é apresentado por Regina Casé. Em 2011, aos domingos, no horário do almoço da maioria dos brasileiros, o “Esquentá” chegou levando para casa das pessoas a ideia de mistura e os lemas “xô preconceito” e “o que o mundo separa, o Esquentá

⁸ Em entrevista a Revista Raça Brasil < <http://racabrasil.uol.com.br/cultura-gente/102/artigo28382-1.asp>>

junta”, ditos pela apresentadora e repetidos pelo auditório. Com artistas fixos no elenco, convidados diferentes toda semana e integrantes moradores da periferia, o programa pretende unir o que muitos consideram diferentes: a elite e a periferia, e mostrar que não existe um lugar para cada minoria, mas um espaço único onde todos podem conviver de maneira harmônica.

Devido ao sucesso, o programa entrou para grade fixa da emissora e ganhou edições temáticas (especial dia das mães, São João, Natal e etc.) com o objetivo de expor aos telespectadores o mix de culturas e diversidades do país. O sucesso do Esquenta foi tamanho que, no ano de 2013, o horário foi trocado para o início da tarde (de 12:30h para 14:20h), pois, segundo a fala da apresentadora, em algumas edições do programa, as pessoas reclamaram, através do atendimento do site e quando a encontravam nas ruas, que estavam “perdendo” o almoço enquanto assistiam ao Esquenta.

4.2.1 Ritmo

A musicalidade do programa fica por conta, na maior parte das vezes, do samba. Da vinheta de abertura ao final do programa “tudo acaba em samba”. A música de abertura do “Esquenta”, de autoria de Gilberto Gil e Arlindo Cruz, fala sobre a simplicidade, da convivência da apresentadora entre diferentes pessoas com diversas condições sociais, e é repercutida em todo começo de programa e em algumas entradas da apresentadora pela passarela do palco, junto ao “Bonde da Madrugada”. Quando utilizada para chamar alguma atração, ou a própria apresentadora, a letra sofre pequena modificação no refrão, incluindo o nome do convidado.

“Alô, Regina
 É tão gente fina que sabe chegar
 Em qualquer esquina
 Lá na cobertura, na laje ela está
 É quem domina
 Porque tem a sina de ser popular (alô)
 Alô, rainha
 Se vai ter churrasco, feijão, vatápá
 Vai pra cozinha
 Tem coisa gostosa de todo lugar
 Traz a farinha...
 O camarão seco, o jambu e o fubá...
 E faz verão
 E hoje é domingo, dia que o povão...
 Agita
 Se liga, se encontra, faz conexão
 Twita
 Ou pra se dar bem ou pra botar alguém
 Na Fita
 (Refrão)
 Bateria arrebenta
 Todo mundo comenta,
 Com Regina Casé o programa domingo
 Esquenta!
 Bateria arrebenta
 Todo mundo comenta,
 Com a Glória Maria o programa domingo
 Esquenta!”

A letra do samba referido, que também faz parte da vinheta de abertura, diz bem sobre o que o programa se propõe. A aproximação e identificação dos participantes do “Esquenta” com a música, com o samba, pode ser percebida em cada detalhe. No programa do dia 07 de julho de 2013, que tinha como tema principal a inclusão social/educação, Regina Casé contou que enquanto andava pelas ruas do Leblon (RJ) uma mulher, Patrícia, a parou e pediu desculpas, mas precisava mostrar uma coisa. “Meu filho realmente é seu fã, ele não fala nada e a única palavra que ele fala é ‘Esquenta’”, disse Patrícia. E então, a mãe do garoto mostrou um vídeo do filho que ela havia gravado. Eles foram convidados pela apresentadora a

irem ao programa. Patrícia contou que durante a música de abertura é o único momento em que Gabriel, seu filho autista, fica parado e assiste. Então, a apresentadora pede que toquem um “Bateria Arrebenta” e no refrão o nome de Gabriel é incluso – com o Gabriel o programa domingo, Esquenta! –. Compreendo, por essa atitude, que o programa exalta o samba (um ritmo popular) como um incentivador da alegria e da inclusão social, pois traz o popular repleto de carga emocional; e o público se identifica com aquilo que lhe emociona. Outro exemplo de interação e, agora, de desejo narcísico pode ser conferido no programa do dia 05/05/13 quando no palco a apresentadora e os convidados conversam sobre rap e uma integrante do auditório, mesmo em um momento não previsto para o tema, pede para sambar no palco. Essa identificação, como diz Sodré (1975), é o reconhecimento do indivíduo através da espetacularização propiciada pela cultura de massa, pois, ao se identificar com o samba e manifestar o desejo de “aparecer para as câmeras”, a garota – talvez por estar incluída na tradição popular que chamo aqui de samba, talvez pela predominância do estilo musical no programa – tenta integrar o elenco que compõe o centro do palco porque ela sabe fazer aquilo (sambar) e se reconhece, se identifica, com quem está ali no palco, sambando ou falando sobre o ritmo. Desta maneira, a identificação e a integração das classes sociais também acontecem quando o samba tocado é cantado em uma só voz pelo auditório, pelo popular, muitas vezes pessoas moradoras de favelas cariocas, negros, e pelos artistas globais – geralmente identificadas como pessoas de nível social mais alto e que, devido à bagagem cultural, possui um distanciamento do público que, no programa, é homogeneizado pelo samba. Ou seja, o programa, através do samba, tenta encerrar a contradição, já citada, da cultura de massa com a cultura de elite ao unir a “plebe” e a “burguesia”. Ao unir o que alguns consideram diferentes.

Além dessas aproximações entre convidados e o programa, proporcionadas pela música, quando a apresentadora inicia a discussão de um assunto, geralmente pede uma

música relativa ao tema. Um samba. É o que acontece, por exemplo, no programa do dia 07/07/13, quando Regina Casé fala sobre os erros de grafia mais comuns e soletrar palavras (uma clara referência a educação precária despedida à periferia), então convida o grupo Pixote para cantar um samba que se chama “Soletrar”. A partir disso a apresentadora já interage com o público na tentativa de com a canção, com a educação, mostrar a importância da inclusão. Assim, segue para uma entrevista com a convidada Rosângela Machado, gestora de educação especial da secretaria de educação de Florianópolis, que diz que inclusão escolar é o reconhecimento e valorização das diferenças humanas. Não é só para deficientes ou diferenças de raças. Ou seja, o samba gera e conclui discussões no programa, no âmbito social, cômico, emocional e etc. e os assuntos do programa giram em torno do samba. Essa seria uma tentativa do “Esquenta” para aproximar classes sociais – que aqui são representadas pela alta e baixa cultura – e fazer com que a cultura de massa compreenda a cultura popular, pois, com o samba, atinge problemas sociais e modos de vida de diferentes camadas da sociedade. Deste modo, o programa objeto de estudo, como elemento da indústria cultural, “vende” a mensagem da união de classes, mas sempre levando em consideração os valores políticos, mercadológicos e econômicos da emissora em que é veiculado. Porém, esses valores estão se modificando. As intenções do governo estão, aparentemente, se transformando com a chegada de grandes eventos, como a Copa do Mundo 2014. O desejo e “necessidade” de veicular ao mundo a imagem de uma periferia educada e repleta de paz se tornou notório e evidente. No que se refere aos valores mercadológicos e econômicos considero a mudança consequência do acesso do público à TV

que ao adquirir poder de consumo, a classe C recebe o direito de se ver na TV. Como condição de visibilidade, o público fornece a emissora o direito de representá-lo a partir de um discurso hegemônico socialmente situado na estratificação social (MORAIS, 2013, p.8).

O samba tem “origem afro-baiana de tempero carioca” (CLIQUE..., 2014) e se internacionalizou através do advento do rádio, levando a todos e todas uma das mais genuínas

formas de expressão da cultura popular brasileira. O ritmo também originou, na década de 90, o pagode – “uma espécie de samba-pop inspirado na balada romântica” (CLIQUE..., 2014) –. Assim, o samba no programa popular referido cumpre um papel cultural. Através das raízes da cultura popular brasileira, o ritmo predominante no “Esquenta” realiza uma aproximação entre o programa e o público. Afinal, o Brasil é considerado o país do futebol e do samba.

Como o programa se propõe a representar a cultura popular brasileira e integrar as camadas sociais, como já explicitado, o samba é um dos elementos que ajudam a cumprir essa função. Porém, acredito que pela produção do “Esquenta” ser localizada no Rio de Janeiro, zona sudeste do país, o programa possua claras influências cariocas. O samba e o funk do Rio são os ritmos musicais mais tocados nos programas. No entanto, outros ritmos não são dispensados, numa tentativa de incluir as culturas regionais do país. Mas considero que o samba, por ter se tornado um objeto da indústria cultural através dos meios de comunicação de massa, seja mais aceito por todas as “culturas”, sem grandes preconceitos. De acordo com a fala da apresentadora no programa do dia 05/07/13, que teve como tema a camuflagem, mistura, Regina Casé perguntou ao rapper convidado Emicida se São Paulo estava representado no programa e então o rapper, de São Paulo, respondeu que até quando não tem paulista no programa eles estavam muito bem representados, que ali é tudo “gente da gente”. A apresentadora, que estava conversando sobre rap, finalizou o diálogo com Emicida dizendo: “Aqui tem o samba porque o samba chegou e dominou, mas o esquenta adora rap e está totalmente aberto, essa casa está aberta, o coração da gente está aberto, pode vir suave, *light*, ‘nóis é zica’” – finalizando com uma gíria paulista, o que causa uma maior aproximação cultural.

Ainda na tentativa de cumprir o que se propõe, porém em menor escala, o programa do dia 07/07/13 teve como convidado a Gang do Eletro, um grupo de festa de aparelhagem de Belém do Pará. Assim como no Rio de Janeiro tem a batalha do “passinho”,

que se relaciona com o funk, em Belém do Pará tem a batalha de “Treme”, que também é uma maneira de dançar, e foi representado no programa pelo grupo Gang do Eletro. Deste modo, o programa encontra uma maneira de tirar o foco do eixo Rio - São Paulo e mostrar a diversidade cultural do país através dos ritmos musicais e expressão corporal. Ao exibir a batalha de Treme no programa, Regina Casé torna a cultura regional de Belém do Pará familiar ao telespectador e isso, como dito acima, no capítulo em que se discutiu a televisão, organiza e gerencia o conhecimento do público. Analisando o discurso da apresentadora neste programa essa intenção fica clara quando Regina Casé diz: “Hoje é domingo e a gente vai juntar Belém do Pará com São Paulo, porque se o Esquenta está no Brasil inteiro, o Brasil inteiro, hoje, está no Esquenta!”. Assim, pela abrangência da TV e por organizar e gerenciar o conhecimento, o programa, para conquistar cada vez mais audiência, representa a cultura popular regional, de maneira a atingir o público heterogêneo e dispor como valiosas todas as formas de expressão popular.

O funk também é extremamente apresentado como elemento cultural da periferia em todos os programas veiculados, seja através dos convidados, do elenco ou dos figurinos. Os bailarinos do “Bonde da Madrugada”, moradores do Morro do Cantagalo no Rio, com seus cabelos tingidos de loiro se “remexem”, se movimentam, do começo ao fim do programa e acontece uma exaltação da moda da periferia, englobando a maneira de se vestir, o jeito e trejeitos e a forma de ser e agir que fazem parte do dia a dia da comunidade. Assim como Eugênio Bucci (2000) discute que a TV é o meio que mais guia as pessoas, o funk é popularizado no programa e deixa de ser uma estranheza, o diferente, para se comunicar com o público e as diversas camadas sociais. Através da TV e da popularização dos estilos apresentados, o funk do pobre, do favelado, passa a ser incorporado à alta cultura e, assim, o garoto que vive no “asfalto” do Rio de Janeiro, de Manaus ou de Santa Catarina, começa a ouvir no baile o que está sendo produzido pelos moradores do Cantagalo (RJ), por exemplo.

Aí está, então, a televisão, a partir da sua produção e interesses, apresentando e representando minorias e guiando modas e costumes através da música, da dança e das ações.

4.2.2 Narrativa

Na abertura do programa do dia 05 de maio de 2013 Regina Casé iniciou o Esquentando apresentando o tema da seguinte forma:

Hoje o esquentando está disfarçado, tá 'dixavado', tá camuflado, porque camuflado sempre vem com tudo. Quando a gente se confunde com o ambiente, sabe chegar 'pianinho', se mistura na área, aí é que aprende o jeito certo de viver. A gente muda o jeito da gente, a gente aprende com aquelas outras pessoas, com aquele outro lugar. Tem que se mimetizar, virar camaleoa mesmo. É nessa mistura que a gente aumenta nosso mundo.

Desta forma, Regina Casé em seu discurso mostra sua bagagem de aproximação com o popular através das gírias e da maneira simples de falar e pregar a aproximação entre as pessoas. Pois, com isso, realiza um dos passos essenciais para o sucesso de um programa de auditório: a identificação das pessoas com a apresentadora.

Nota-se que o programa tenta dar voz aos que “não conseguem falar”. A minoria, qualitativa, se expressa no programa através do auditório, do elenco ou mesmo através da apresentadora que tem amplo conhecimento das situações que envolvem pessoas imersas em difíceis questões sociais e econômicas. Os indivíduos tendem a se identificar com o programa de uma forma geral, pois sentem que seus problemas sociais estão sendo considerados, refletindo o reconhecimento da minoria e do popular. Ao conversar sobre violência no programa do dia 05/05/13, Regina Casé apresentou o assunto que não é, ou não parece ser, bem tratado pelo Estado e pela imprensa e fica apenas como estatísticas, ou seja, traz a público uma minoria que é e foi vítima da violência, mas é mostrado também pela mídia

apenas como números. No referido programa Regina, ao falar sobre violência, vai conversar com uma criança que estava chorando no auditório. João, irmão da garota, Maysa, morreu atingido por uma bala perdida ao ir ao Brás (SP) comprar uma bermuda. Regina fez questão de dizer que não foi combinado. Esse discurso da apresentadora se deve ao fato de, com o histórico de programas populares da TV brasileira, muitos quadros de programas serem combinados. Também, nota-se a intenção de não levar tristeza ao programa, uma tentativa de transmitir a ideia de uma periferia/minoria sempre alegre, que tem seus problemas sociais e econômicos, mas que são sempre superados. Assim, essa questão causa uma aproximação e uma identificação entre o público e o programa, uma vez que trata da violência de uma forma mais humana do que os tratamentos jornalísticos da grande mídia, por exemplo. Além disso, percebo a intenção de representação do programa, pois ao expor um caso como o da menina que chorava por ter perdido o irmão para violência e mostrar um artista que também teve o irmão morto de forma violenta (o caso do cantor de funk Naldo Benny, que estava no programa e também contou sobre a morte do seu irmão), o programa, através da apresentadora, leva à casa de cada telespectador que passa pelos mesmos problemas os sentimentos que um cidadão da periferia e um artista possuem. Portanto, é clara a intenção do programa em instigar a identificação e reconhecimento do público através da mensagem transmitida. Aqui podemos perceber também a luta da televisão para além de ditar moda e costumes, guiar os sentimentos através do “drama do reconhecimento” citado por Barbero (2009), onde existe uma ação pelo reconhecimento.

O programa exibido no dia 19 de maio de 2013 foi dedicado ao tema internet e trouxe questões como liberdade, inclusão, participação, oportunidade, consumo e produção de conteúdo. Então, a atriz convidada Nanda Costa, que estava atuando na novela Salve Jorge – que retratava a periferia, o Complexo do Alemão (RJ) – sambou no palco do programa junto a um grupo de garis do Rio de Janeiro, representando toda categoria de profissionais da limpeza

da Comlurb, da qual Regina Casé é “madrinha informal”. Essa aproximação e integração dos garis – uma categoria de trabalhadores muitas vezes invisíveis à população e à mídia, mas que são essenciais para organização de uma cidade e bem-estar da vida em sociedade – e da periferia com os diversos convidados do programa causam a ideia de mistura (frequentemente citada pela apresentadora), inclusão e participação. Isso exemplifica a ideia de Sodré (2000), que não basta o indivíduo se vê na mídia, ele precisa se reconhecer. Então, o programa de auditório – Esquentando – realiza uma exposição de pessoas comuns, anônimas, e celebridades de forma a fazer com que todos interajam. Além disso, é notável através da edição do dia 19/05 a presença da interatividade, trazendo para TV, através de um programa de auditório, questões tratadas na internet – onde se pode encontrar maior liberdade de expressão e onde, atualmente, é um dos únicos lugares em que a periferia consegue expor o que produz-. Com isso, o programa se aproxima do público e aborda temas tratados pela minoria e que estão em evidência.

Já no Esquentando com o tema cidades, do dia 27/10/13, o programa começa com uma “lotação”. Uma van de onde saem os convidados para o início do programa. Então a apresentadora diz que “as ruas e as cidades são lugares de encontros” e através deste tema as dificuldades, os benefícios e os problemas das ruas foram expostos. Como a rua é um lugar de encontros, de liberdades e manifestações o carnaval, expressão cultural popular, foi tido como exemplo para pontuar a ocupação das ruas pelas pessoas. Além disso, ao falar sobre os problemas dos transportes os convidados e o auditório participaram expondo claramente as dificuldades enfrentadas. Uma mulher do auditório, diarista, que trabalha na Gávea e Barra da Tijuca (RJ), relata que sai de casa às 4 horas da manhã para chegar às 8 horas no trabalho e para isso o transporte é um trem lotado. Esse programa foi ao ar depois das manifestações que se iniciaram em São Paulo, contra os valores cobrados para utilização do transporte público, o movimento chamado de “Passe Livre”, que não era apenas por 20 centavos, assim representou

a “minoria” que utiliza o transporte público e “não tem voz” para mostrar a baixa qualidade do serviço e a falta de atenção. De acordo com o referencial teórico levantado, o programa utilizou o cidadão, que passa por todas essas dificuldades, como pauta; fez com que ele se sentisse representado, visto, e logo em seguida, através de especialistas, apresentava possíveis soluções para os problemas sociais. Essa é uma característica da televisão, que como ponderou Sodré (1990) ao falar que a imagem televisiva, depois de identificar as questões populares, oferece conclusões tentando tornar a sociedade coerente.

De acordo com o artigo publicado no portal “Observatório da Imprensa” o argumento de Regina Casé de por que exibir os problemas sociais ou modos de viver das minorias é que assim coloca “o pobre que sempre vê TV para se reconhecer nela, longe dos estereótipos das novelas e das notícias policiais”.

4.2.3 Cenário

O cenário do programa é bem diferente dos habituais programas de auditório. Como já citado, a principal diferença se encontra na disposição dos participantes. São várias “arquibancadas”, em tamanhos irregulares – o que faz existir várias platéias – um palco no centro, várias cadeiras, sofás, e a ornamentação que se transformam de acordo com o tema. Isso tudo sempre muito colorido não sendo possível estabelecer uma “organização”. Organização porque o auditório se confunde com o palco, o elenco, os convidados e a decoração. Dependendo do ângulo da câmera a sensação transmitida é a de que todos estão realmente juntos em um mesmo e único palco. Acredito que essa seja realmente a intenção do programa, que tem como um dos lemas “tudo junto e misturado”, como disse a apresentadora no programa do dia 27/10/13. Desta forma, o cenário, que inicialmente nas primeiras

temporadas representava claramente as favelas cariocas, tenta se assemelhar a uma “casa” com vários ambientes, onde as pessoas podem circular e se encontrar para conversar, fazer festa, dançar, comer e etc.

O cenário é uma mistura de representações. O Esquenta utiliza a moda e os costumes lançados pela periferia e, nestes pontos, se liga diretamente, com a intenção da televisão, discutida anteriormente neste trabalho, de guiar a sociedade; existem os meninos negros, de cabelos tingidos de loiro, a humorista Luane, moradora da perifeira, que usa óculos de lentes espelhadas e, devido ao sucesso com seus vídeos na internet, foi convidada a fazer parte do elenco para dar o “papo reto” (falar sinceridades), e sambistas e pagodeiros. Assim, o programa tenta representar como é a periferia e como “sua cultura popular” pode ser representada.

No programa sobre urbanização, do dia 27/10/13, observo claramente o exagero de elementos cênicos que caracterizam as cidades. A van, representando as pessoas que precisam de utilizar transportes lotados para chegarem aos seus destinos, as pichações e grafites são alguns elementos que transmitem a ideia da cidade. Mas a cidade das minorias, dos desfavorecidos. Acredito que o programa recorre ao exagero e ao grotesco porque chama a atenção e favorece a identificação dos sujeitos. Assim como afirmou Sodré (1975) a respeito da inclinação das pessoas por tudo aquilo que foge da normalidade.

No cenário e nas ações tudo é muito exagerado. Neste ponto, pode-se concordar com a ideia de Sodré (1975) sobre grotesco, porém o grotesco exibido pelo programa reflete positivamente no âmbito social, pois, querendo ou não, excessivamente ou não, positivamente ou negativamente o programa causa uma assimilação do público minoritário (qualitativamente) com a estrutura do “Esquenta”. Pois, de acordo com Sodré (1975) esses são temas que fogem do comum e assim caracterizam a cultura de massa brasileira.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A televisão, sempre muito discutida, tem um papel fundamental na formação da opinião pública e do próprio público. Considero a produção televisiva pobre no que se refere à representação das minorias, principalmente nas tardes de domingo devido à gama de programas que se utilizam do popular para compor seu conteúdo. Mas da mesma forma que existem aqueles que não se sentem representados pelos programas, há aqueles que se identificam com a produção.

O conteúdo televisivo, considerado grotesco por Muniz Sodré (1975), oferece uma programação que trata a cultura popular nos moldes da indústria cultural. Ou seja, apesar de representar uma variada carga cultural, ela é readaptada para poder ser vendida. Desta maneira, se um programa se mantém no ar, posso considerar que o público se identifica minimamente com a mensagem transmitida. Esteja o programa televisivo formando ou informando, de acordo com seus padrões. Porém, o público também não possui muitos meios para expor que a programação televisiva não os representa.

Portanto, ao mesmo tempo em que o *Esquenta* deixa o popular falar, ele “fala” o que o programa deixa expressar de acordo com os padrões *Globo* (um padrão de tradição elitista que deixa à margem as manifestações culturais periféricas). No entanto, considero o “*Esquenta*” um diferencial da programação global elitista, uma vez que o tratamento de questões sociais e culturais, como a violência e o funk, são muito diferentes dos telejornais da emissora. Os telejornais, geralmente, ligam os problemas que envolvem esses temas a periferia e o “*Esquenta*” desconstrói essa ideia. Este trabalho objetivou analisar se a comunicação e as formas de expressão do programa *Esquenta*, objeto de estudo, apresenta e representa culturalmente as questões sociais das minorias. Assim, podemos perceber no decorrer do trabalho que o programa é uma mistura de popular e brega, que usa a linguagem

do telespectador e se comunica com o público. O figurino, as falas, os quadros, o cenário, que retratam uma periferia ou uma minoria é uma “bagunça organizada”, e os personagens e a platéia, constroem e reconstroem as situações de um povo de maneira “animada” e democrática, dentro e fora da TV. É uma outra forma de tratar os problemas sociais. O pobre, o negro, o sambista, o *funkeiro*, o trabalhador... são retratados fora dos veiculados estereótipos da periferia. No entanto, o “Esquenta” é uma exceção dentro do possível. Não sejamos inocentes em não reconhecer que o programa reforça estereótipos, porém, estes são representados de acordo com a gênero do programa, o entretenimento, e os considero menos agressivos e pejorativos que aqueles representados na programação televisiva de uma forma geral.

Compreendo que o programa utiliza o telespectador como pauta, assim, reflete influência na comunidade (exalta as modas e costumes, a maneira de falar e vestir da periferia, contribuindo para a construção ou desconstrução de uma cultura); e, em partes, cumpre o objetivo de integração de classes e povos mostrando a diversidade da cultura popular brasileira. Porém, essa diversidade é exibida em menor escala.

No entanto, creio que o programa peque na tentativa da comunicação de massa brasileira tentar homogeneizar o que é heterogêneo de natureza. Não que este seja o problema, mas a forma como é realizada, peca pela generalização e exagero ao expor que a periferia e a baixa cultura (se é que essa diferença cultural – alta e baixa – existe, pois considero que as políticas culturais e a grande mídia ignoram o que é produzido pelas minorias, pela periferia, favorecendo o que é burguês; e se o que eles produzem não é cultura, o que pode ser?) – o povo – age de tal forma, pensa de tal maneira e todos são iguais. Porém, todos são iguais enquanto cidadãos, mas são diferentes na sua essência, na sua personalidade. E como “toda generalização é burra”, o Esquenta pode não representar (por completo), apesar de se

aproximar disso, as minorias, mas com certeza expõe uma maneira de conviver com as diferenças e cria um “protótipo” de sociedade menos segregada.

REFÊRENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação/Educação: aproximações. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). **A TV aos 50: criticando a TV brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.
- BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Ed. 70, 2011.
- BUCCI, Eugênio (Org.). **A TV aos 50: criticando a TV brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.
- CANCLINI, Nestor Garcia. As identidades como espetáculo multimídia. In: _____. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Tradução de Maurício Santana Dias. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.
- CHAUI, Marilena. **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- _____. *O que é ideologia*. São Paulo: Brasiliense, 1982.
- COMPARATO, Fábio Konder. A democratização dos meios de comunicação de massa. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). **A TV aos 50: criticando a TV brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.
- FILHO, Laurindo Lalo Leal. A TV pública. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). **A TV aos 50: criticando a TV brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.
- KEHL, Maria Rita. Televisão e violência do imaginário. In: BUCCI, Eugênio. (Org.). **A TV aos 50: criticando a TV brasileira no seu cinquentenário**. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2000.
- KIENTZ, Albert. **Comunicação de Massa: análise de conteúdo**. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Ed. Eldorado, 1973.
- LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda. 1986.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. *Fundamentos da Metodologia Científica*. São Paulo: Atlas S.A. 2010.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios as mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.
- MATUCK, Artur. **O potencial dialógico da televisão: comunicação e arte na perspectiva do receptor**. São Paulo: Annablume, 1995.
- MICELI, Sérgio. *A noite da madrinha*. São Paulo: Perspectiva, 1982.

SODRÉ, Muniz. **A máquina de narciso**: televisão, indivíduo e poder no Brasil. São Paulo: Cortez Editora, 1990.

_____. **A comunicação do grotesco**: introdução a cultura de massa brasileira. Rio de Janeiro: Vozes, 1975.

_____. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. Tradução de José Rubens Siqueira. São Paulo: Ática, 1996.

Artigos

BARACHO, Maia Luiza Gonçalves. Televisão Brasileira: uma (re)visão. *Fênix – Revista de história e estudos culturais*, v. 4, n. 2, abr/maio/jun. 2007. Disponível em: <<http://www.revistafenix.pro.br/PDF11/ARTIGO.4.SECAO.LIVRE-MARIA.LUIZA.BARACHO.pdf>>. Acesso em: 20 jul 2013.

BARBALHO, Alexandre. Minorias, Biopolítica e Mídia. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DO INTERCOM, 4. 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/109624170405151775373157590113964793942.pdf>>. Acesso em: 10 jan 2014.

CAMPOS, Inaiara; ANSEL, Thiago. **Tudo pela audiência**: periferia na TV. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed689_periferia_na_tv>. Acesso em 20 nov 2013.

ERTHAL, Cláudia. **O domingo na TV aberta brasileira**. In: JORNADA DISCENTE DO PPGMPA DA ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO, 1. 2010, São Paulo. Eca-USP, 2010. Disponível em: <http://www.pos.eca.usp.br/sites/default/files/File/ppgMPA/i_jor_discente_2010/MT02_ClaudiaErthal.pdf>. Acesso em: 20 jul 2013.

MORAIS, Anielle A. Fernandes de. O jogo da diferença e as representações sobre a periferia no programa Esquenta! da Rede Globo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 36. 2013, Manaus. **Anais eletrônicos...** Manaus: UFAM, 2013. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1571-1.pdf>>. Acesso em: 15 jan 2014.

SILVA, Marcos Vinicius Meigre e; TORRES, Higreide Aparecida Gomes de Brito. Programa Esquenta: a promessa de representação das diversidades sociais e da integração nacional na televisão brasileira. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 18. 2013, Bauru. **Anais eletrônicos...** Bauru: UFV, 2013. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1750-1.pdf>>. Acesso em: 20 nov 2013.

SOARES, Cybele; BRAZ, Sandrine; MEIRELES, Norma. Programa Esquenta; A periferia se vê por aqui? In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 13. 2011, Maceió. **Anais eletrônicos...** Maceió: UFPB, 2011. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-0137-1.pdf>>. Acesso em: 14 jul 2013.

SODRÉ, Muniz. Por um conceito de minoria. 2005. Disponível em <<http://pt.scribd.com/doc/59696720/SODRE-Muniz-Por-Um-Conceito-de-Minoria>>. Acesso em: 10 jan 2014.

TORRES, Carmem L. C. Lopes. **Programas de Auditório: Um Gênero Mostrando a Resistência da Expressão Popular nos Meios de Comunicação de Massa.** In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. 27, 2004. Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2004.

Sites acessados

CARPES, Giuliander. Regina Casé responde a críticos do 'Esquenta': "preconceito". Disponível em <<http://diversao.terra.com.br/tv/programas/regina-case-responde-a-criticos-do-esquenta-preconceito,faec399f5106e310VgnVCM5000009ccceb0aRCRD.html>>. Acesso em 20 nov 2013.

CLIQUE MUSIC. Samba. Disponível em <<http://cliquemusic.uol.com.br/generos/ver/samba>>. Acesso em 23 jan 2014.

COMERCIAL, 2013. Disponível em <<http://comercial2.redeglobo.com.br/atlasdecobertura/Paginas/Totalizador.aspx>>. Acesso em: 24 dez 2013.

IBOPE, 2013. Disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/Infograficos/Paginas/Um-novo-cenario-para-o-consumo-de-midia.aspx>>. Acesso em: 24 dez 2013.

MEMÓRIA GLOBO, 2013. Disponível em <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditorio-e-variedades/esquenta.htm>>. Acesso em: 05 jan 2014.

MÍDIA DADOS BRASIL, 2013. Disponível em <<https://mdb2013.bbi.net.br/>>. Acesso em: 27 dez 2013.

MUNDO, Diário do Centro do. A polêmica do “Esquenta” e a cultura da periferia. Disponível em: <<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/a-polemica-do-esquenta-e-a-cultura-da-periferia/>>. Acesso em 20 nov 2013.

REGINA Casé: muita coragem para abraçar o Brasil. Disponível em <<http://racabrasil.uol.com.br/cultura-gente/102/artigo28382-2.asp>>. Acesso em 23 dez 2013.

SACRAMENTO, Marcos. O “Esquentá”, de Regina Casé, é o programa mais racista da TV? Disponível em <<http://www.diariodocentrodomundo.com.br/o-esquentá-de-regina-case-e-o-programa-mais-racista-da-tv/>>. Acesso em 20 nov 2013.

SBT, 2013. Disponível em <<http://www.sbt.com.br/programasilviosantos/programa/>>. Acesso em: 26 dez 2013.